

## 基于文化传承的玩具开发设计

王洪阁

(天津科技大学, 天津 300457)

**摘要:** 通过分析玩具与文化之间的关系,并针对我国当前的玩具市场现状,论述了玩具的起源与发展及对于提高体能和认知、满足心理、慰藉精神的重要作用。阐明了玩具开发设计中,继承与发扬中国传统文化的重要性和必要性,并从形式的推陈出新及题材的拓展2个方面,论述了基于文化传承的玩具开发设计方法。

**关键词:** 文化传承; 玩具; 开发设计

**中图分类号:** TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)12-0046-04

### Toy Development Design Based on the Culture Heritage

WANG Hong-ge

(Tianjin University of Science and Technology, Tianjin 300457, China)

**Abstract:** Through analysis of the relationship between toys and culture, according to the status of domestic toy markets, it discussed the importance of origin and development of toy for promoting the physical, recognition, psychology meet and spiritual consolation. Furthermore, it discussed the importance and necessity of inheriting and developing traditional excellent Chinese culture during toy development design, as well as the innovative of form and expanding of topic, discussed toy design methods inheriting the culture.

**Key words:** culture heritage; toy; development design

玩具是供人们消遣、休闲、娱乐的物品或器具,与人类的游戏、休闲活动存在着密切的关联。玩具承载了人们的休闲行为,体现了人们的休闲方式,因此深受休闲文化的影响,同时玩具也会对休闲文化形成重要的反作用。

中国有着光辉灿烂的文明,这造就了玩具悠久而辉煌的历史。古代的劳动人民充分发挥自己的智慧和才能,创造出了大量至今仍令世界为之叫绝、着迷的玩具,如九连环、七巧板、华容道、鲁班锁、围棋等。时至今天,由于历史的原因,中国的文化继承与发展出现了断层,有很多优秀、传统的玩具远离了人们的生活和视线。形成对比的是大量承载了西方文化和价值观的玩具充斥了中国市场,对人们尤其是儿童进行着不着痕迹的思想同化。因此,当前我国的玩具设计迫切需要继承与发展中国优秀的传统文化,深入剖析民族的精神风貌和心理,研究如何对优秀的传统文

化进行传承,并以物质的形式加以实现,从而对玩具产品、休闲行为形成良好的引导,让中国玩具重新焕发生机,重立世界之林。

### 1 玩具的起源与发展

#### 1.1 玩具源于生存训练的本能

生存训练是一种动物的本能,以生存训练为动因的游戏活动,普遍存在于人类和动物界当中。动物的游戏活动和儿童的游戏活动有些相似,比如小猫喜欢抓毛线团是进行捕鼠技能的训练,小男孩喜欢玩打枪、打仗的游戏,是训练战斗能力的游戏。人类具有制造工具的智慧,玩具也就相伴着产生。在我国新石器时代遗址中发现的陶球、石球等就是最早的玩具。这些陶球、石球是用来狩猎的工具,同时也是儿童进行生存技能训练的道具,因此出现在儿童的墓葬中。

收稿日期: 2012-10-14

基金项目: 天津市艺术科学研究规划项目(B10067)

作者简介: 王洪阁(1975—),女,天津人,硕士,天津科技大学副教授,主要从事工业设计方面的教学与研究。

至于其他以车、船、马、工具等为题材的玩具都是生存本能驱动下所产生的。

### 1.2 玩具源于民俗及信仰活动

从原始社会的图腾崇拜到后来的民俗信仰,则产生了以精神慰藉为目的的玩具。很多的民间玩具都诞生于此,并在不断的演变与发展过程中形成了独具特色的文化和传统。在中国河南出土的距今约7000年的陶塑人偶,在埃及出土的距今约5000年的粘土、木材、兽骨和象牙等材料制成的玩偶,最初都只是用来祭祀或避邪,虽然还不是玩具,却已成为很多民间玩具发展的源头。由原始社会的图腾祭祀及巫蛊,到农耕社会的冠、婚、寿、丧及节令庆祝等活动,产生了大量不同材料、题材和用途的器具和物品,成为人们精神世界的重要慰藉和寄托。如非常著名的老北京传统玩具兔儿爷,由最初的祭拜用神像演变成儿童的玩具;深受人们喜爱的山西布老虎,大都是由长辈为新出生的晚辈制作,成为驱邪避灾、平安吉祥的象征,也寄托了长辈们希望孩子能够健康成长的良好愿望,既是玩具,也具有实用价值。

### 1.3 现代玩具的发展

传统的民间玩具依赖于手工艺人的技艺和修养,在发展过程中有着深刻的民俗、文化烙印,具有强烈的时代特征。进入工业社会以后,由于科学技术及生产工艺的变革,大量新材料、新技术的应用极大地扩充了玩具所涉及的领域,玩具的功能也越来越丰富、越来越明确。如机动、电动、搪胶等类型的玩具,大量出现在人们的生活当中,具有鲜明的时代特征。随着信息化社会的到来,网络及虚拟技术的应用又对以往的玩具形式造成了很大的冲击。网络及电子玩具功能的实现,主要依赖于隐藏在产品背后的二进制数字,玩具物质形体本身的功能越来越弱,逐渐变为一个符号和象征。玩具发展到今天,其社会地位与传统相比也有了巨大的变化。随着物质文化生活水平的提高,传统观念中的“玩物”已经发展成一个比较成熟的产业市场。

## 2 玩具的作用

### 2.1 体能的恢复与提高

玩具是人们开展游戏活动的道具,对恢复、提高体能有着重要作用。通过使用不同的道具,人们可以

充分锻炼自己身体的各个方面。如毽子,普通踢法可以锻炼腿部的肌肉,花样踢,还可以增强身体的灵活性和柔韧性;呼拉圈可以锻炼腰部的肌肉;空竹可以锻炼胳膊和手腕的力量;放风筝可以锻炼手臂的力量和颈部的关节;皮筋、沙包等可以锻炼跑跳能力。

### 2.2 认知的提高

玩具提高认知能力的作用主要体现在儿童身上。玩具具有直观的形象,可以通过丰富的形态、鲜艳的色彩以及精巧的结构来训练儿童的各种感官。如铃鼓、吹塑玩具、塑料玩具等可以对幼儿的视觉和听觉进行训练;积木、结构模型、拼图等玩具可以对儿童的触觉和空间感觉进行训练;各种童车、木马、摇摇椅等玩具可以训练儿童的运动能力。这些玩具提高了儿童各种感官的发育,让儿童对所生活的世界有了丰富的感性认识。儿童在游戏过程中,可以直接接触到不同材料所构成的不同形态,对物质的基本性能、形状、数量等有了初步的感受。例如玩积木玩具时,通过一块块基本材料的累加,儿童的设计构思能力得到很大的发挥,成功与失败、多种效果的尝试不但锻炼了儿童的思维,也对儿童的意志起到了很好的锻炼作用。一些模拟性的玩具如娃娃屋、小工具、兵器玩具等,则是儿童对未来成人世界进行摸索和体验的重要道具,儿童在游戏过程中通过模拟、联想和推理,积累着对世界、对人生的初步印象和感悟。

### 2.3 心理的慰藉与精神的满足

玩具对人们精神、心理上的抚慰与满足是其重要的功能。从前,人们创造出了各种游戏活动和道具来寄托自己的希望和理想。如,将玩偶作为神佛的象征来祈求庇佑,春季通过放风筝希望放掉霉气与不安。从原始社会发展到工业社会,虽然人们的生存压力已变得很轻微,但对高品质生活的追求使得人们的工作、生活压力依然很沉重,各种游戏活动是人们消除紧张、缓解压力的主要途径。如,绒毛玩具、卡通玩具等通过舒适的手感、亲切的形象,让很多拼搏于职场的白领女性找到温暖、被呵护的感觉,从而为生活增添了很多的温馨。除此之外,人的生命活动区别于动物、能体现其文明之处的是对精神世界的追求。人们除了要满足自身生存、生活所产生的物质、心理上的需求外,还要满足自我价值实现的需要。如在一些竞技、智力游戏中,人们可以抛开身份、地位等外在因素尽情地享受胜利的喜悦、享受超越自我的快感。这些

游戏活动能够带给人们精神上的满足感和成就感,而精神世界的满足是人们实现身心整体恢复与提高的重要保障。

### 3 玩具的开发设计

#### 3.1 形式上的推陈出新

1) 传统图案的再生。传统的民间玩具造型语言具有很强的符号特征,深受人们追求吉祥文化的影响。吉祥图案通常借用比喻、谐音、象征等手法,对花鸟鱼虫、动植物、人物、器物等题材进行描绘,赋予其吉祥、祈福、辟邪等寓意,寄托人们的情思。比如,用鸳鸯来比喻夫妻、情侣之间的深情缱绻;借用蝙蝠的读音,寓意对“福”的追求;用桃子、松鹤等象征长寿;用瓶子等器物象征平安等。如在天津地区中老年女性在新年时喜爱戴头花,人们会根据自己的年龄和愿望选择合适的图案:寿桃图案代表长寿,铜钱图案代表富贵,葫芦图案代表对子孙的良好祝愿,喜鹊图案代表了吉祥喜庆。在中国的风筝当中,也有很多这样的吉祥图案,如蝴蝶闹春、百鸟朝凤、多福多寿等。这些图案代表了祖先们的智慧和善良的情怀,也符合人们的审美习惯和心理,因而得以在民间流传至今,为人们所喜爱。虽然时代一直在变化着,但人们对未来的向往和追求是不变的,因此,可以借用新的素材、用新的表现形式反映人们对美好生活的向往和追求。通过对传统图案进行简化、变形或重组,即可用现代语素对传统进行演绎。

2) 新材料与新技术的应用。由于新技术、新材料的应用,以往无法实现的造型和结构在当前都能很容易实现,造型空间也得到很大扩展。例如,传统的陀螺由陶土、石头、木材、竹子及砖瓦等材料制作成钟形,而今天,塑料、金属、合成材料、光电技术的应用,使陀螺所展现的功能和效果越来越丰富,有金属陀螺、手捻陀螺、夜光陀螺、创意陀螺等,种类不胜枚举。电子技术及网络技术的应用,使得很多新类型的玩具大量出现,玩法上推陈出新,如视频玩具车,可以利用wifi技术通过手机遥控玩具车做各种动作或记录视频。

3) 造型语言的现代化处理。随着时代的变迁,人们的审美倾向和喜好都会有不同的变化,如同“环肥燕瘦”,各代表了一个时代,因此,在玩具的造型语言

上要符合当代人的审美预期。比如北京兔儿爷曾经是儿童的玩具,如今也成为了老年人回味老北京、追忆童年的爱物,成为时下年轻人了解传统民俗的媒介。制作兔儿爷的名家在发挥传统风格的同时,关注年轻人的喜好特点,对兔儿爷的造型进行了大胆的革新,改变了传统兔儿爷的单一凝重表情,增强了喜庆的气氛,并充分借鉴了当代的造型元素和手法,创作了卡通版、娃娃版的新式兔儿爷,赢得了年轻人的关注与喜爱。

#### 3.2 题材拓展的时代性

玩具的题材是吸引人们兴趣的重要因素。对玩具题材进行拓展一是要符合时代特点,二是要符合目标受众的需求特点。

1) 传统题材的更新。不同的时代背景,人们对事物的认识和理解有所不同,对于玩具题材的喜好也会有所变化。以清代的棋类玩具升官图为例,其玩法是在棋盘上按由小到大的顺序排好不同级别的官职,用路线相连接,由最低职位开始,游戏者掷色子决定行棋步数,以先到终点者为胜。后来又出现了玩法、基本原理相同,但题材不同的各种升官图,如“十二生肖升官图”、“二十四孝升官图”、“日用杂品升官图”等。到了现在,人们根据升官图的玩法又进行了革新,出现了“飞行棋”。这种由唐代开始流传至今的棋类玩具不断得到创新与改进,至今仍受大众欢迎,不能不说是题材与时俱进的结果。玩具题材的选择还要符合不同受众的需求和喜好,不同年龄、社会背景的人对玩具的关注和喜好有很大的区别。以有着几千年历史的玩偶为例,玩偶在近十年变得异常火爆,这是因为玩偶市场定位非常明确,相应题材充分满足了当前人们的心理需求。喜欢传统文化与技艺的人,对制作精细的泥人、面人等情有独钟,这些传统题材元素依然有着不少拥护的人群。喜欢潮流的人们对公仔有着异乎寻常的狂热,公仔一词来源于香港,是指人形的玩偶,其有别于传统玩偶之处在于独特的性格和形象,公仔以T恤、波鞋、混搭为主题,更能抓住潮人们的眼球。如今,出自技艺精湛的艺术家的公仔,已经脱离了人们传统观念中的玩物,成为了艺术品。

2) 主题的开发符合当代趣味。在玩具的开发设计中,还要有针对性地进行主题开发,这种有目的、有计划的开发策略,才能保证产品符合当前的市场需求。主题开发要从中国的文化中汲取灵感和素材,才

能让民众有亲切感、认同感,从而达到传扬传统文化的目的。中国的节令、生肖、神话、传说等都有着浓厚的民族特色,以此为题材可以开发出许多富有传统意味又符合当代人趣味的玩具。例如,橙果公司根据中国的神话故事开发了许多系列的Q版玩偶,引起了很大的轰动;很多国外企业为了成功抢占中国市场,也对中国的传统文化进行研究并有针对性地进行广告策划,以期从情感上进行同化。如麦当劳针对中国的春节,推出了kitty系列玩具,整套设计充分把握了人们欢度春节时追求喜庆、吉祥的心理,同时融入了时尚的元素,成为一种文化借鉴的典范。

## 4 结语

玩具是与人们的身心有着密切联系的产品,因此,在它的发展过程中积淀了浓厚的文化特征。中国的传统文化中凝聚着民族的精神和性格,体现了人们追求真、善、美、“天人合一”的特点。内涵丰富、历史悠久的中国传统文化也是中华民族为人类文明、文化发展作出的巨大贡献,应进一步发展并发扬光大。因此,在玩具的开发设计过程中,要深入研究当前的休闲行为和特征,探索中国玩具新的出路,传承文化,引导休闲产业的健康发展,让中国的玩具设计具有独特的文化内涵与品格,让中国的设计立足于世界之林。

### 参考文献:

- [1] 吴国荣,王徽.儿童智能玩具中人机交互设计的研究[J].包装工程,2012,33(18):61—63.  
WU Guo-rong, WANG Hui. Research on the Human-computer Interaction Design for Children's Smart Toys[J]. Packaging Engineering, 2012, 33(18): 61—63.
- [2] 朱宏轩.产品设计伦理思想探悉[J].包装工程,2010,31(10):37—39.  
ZHU Hong-xuan. Product Design Ethics Thought[J]. Packaging Engineering, 2010, 31(10): 37—39.
- [3] 陈喧嵘.论中原传统文化因素在创意设计产业中的转化[J].包装工程,2011,32(6):87—89.  
CHEN Xuan-rong. Study on the Transformation of Traditional Cultural Elements in Central Plains in the Creative Design Industry[J]. Packaging Engineering, 2011, 32(6): 87—89.
- [4] 龙英.论传统民俗文化元素在现代包装设计中的应用[J].包装工程,2012,33(18):112—114.  
LONG Ying. On the Application of Traditional Folk Cultural Elements in the Modern Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2012, 33(18): 112—114.
- [5] 张琲,王洪阁.玩具与创新设计[M].北京:化学工业出版社,2006.  
ZHANG Bei, WANG Hong-ge. Toy Creative Design[M]. Beijing: Chemical Industry Press, 2006.
- [6] 马建业.城市闲暇环境研究与设计[M].北京:机械工业出版社,2002.  
MA Jian-ye. Urban Leisure Environment Research and Design [M]. Beijing: Mechanical Industry Press, 2006.
- [7] 王洪阁.户外儿童游戏场地及游乐设施设计中的非物质因素[J].艺术与设计,2011,12(12):92—93.  
WANG Hong-ge. The Non-material Factors of Outdoor Children's Play Space and Recreational Facilities Design[J]. Art and Design, 2011, 12(12): 92—93.
- [8] 王连海.北京民间玩具[M].北京:北京工艺美术出版社,2011.  
WANG Lian-hai. Beijing Folk Toy[M]. Beijing: Beijing Craft Art Press, 2011.